VERDE

Suplemento de
Página/12
Año 1 Nº 2 — Domingo 28
de octubre de 1990

GONDOLAS
ECOLOGICAS

EL BUEN CONSUMIDOR

En lo que va del año la protección del medio ambiente pasó a ser en Europa el principal argumento de venta de una importante cantidad de industrias que producen desde pilas hasta pañales o papel reciclado. Minuciosos e implacables, los ecoconsumidores —que en Francia representan el 65 por ciento de la población— no perdonan y sólo compran los artículos con el sello de garantía ecológica. Por estas costas, con la crisis económica en primer plano, la ola verde apenas hace espuma.



LA LEY DEL VERDE MERCADO

Por Adriana Bruno

El único detergente biodegradable", anunciaba hace algunos años la publicidad de un producto que apostó —quizá demasiado en vanguardia— a una revolución finalmente nunca producida en la Argentina, pero que está conmoviendo los mercados del lado norte del mundo.

Algunas empresas decidieron que un planeta limpio también puede ser negocio y ofrecen el resultado de sus desvelos a una cantidad creciente de consumidores decididos a premiarlas con su compra mientras realizan la buena acción ecológica del día. Así, en una suerte de dilema del huevo o la gallina, la protección del medio ambiente pasó a ser, en lo que va del año, el principal argumento de venta de una buena cantidad de los más variados productos, desde pilas hasta pañales. Pero el "consumidor verde" no se detiene ahí y amenaza con dejar de favorecer a aquellas industrias que, quizás a través de otros productos o del propio funcionamiento de sus plantas, identifique como contaminantes.

Tanto a las agencias de publicidad como a las oficinas gubernamentales encargadas de controlar la lealtad comercial, les está resultando difícil mantenerse de pie sobre esta ola verde. "Los observadores y analistas de mercado se frotan los ojos porque no lo pueden creer: el repentino 'enverdecimiento' de Europa los dejó a todos pasmados", señalaba hace poco un editorial de *The New York Times*. Y no parece tratarse de una moda ni de una irrupción generacional. Más bien —señalan los expertos—, la protección al mundo en que se vive podría ser vista como un factor de unión, quizá el único en ciertos casos. Una suerte de rebeldía antistablishment que, en lugar de terminar absorbida por el mercado de consumo, se aprovecha de él. O, como prefiere un brillante ecologista soviético: "Casi la única guerra que todavía vale la pena luchar".

¿ES USTED EL ASESINO?

A esta altura del siglo, cualquier europeo más o menos informado se enteró, aunque sea vagamente, de que los CFCs (clorofluorocarbonos) de los aerosoles destruyen la capa de ozono, al plástico no hay forma de degradarlo, los fosfatos contaminan las costas fluviales y marítimas, los combustibles fósiles aumentan el efecto invernadero y un par de cosas más. No hizo falta mucho, entonces, para que decenas de miles de franceses le aseguraran un éxito fulminante (5 por ciento de un mercado hipercompetitivo en apenas un par de meses) al *Chat Machine* anunciado, en enero de 1989 y en la primera publicidad ambientalista de Francia, como un blanqueador para la ropa "sin fosfatos". El producto, sin embargo, no era nacional. Lo proponía la empresa alemana Henkel en una operación de marketing que pronto se demostró habitual: los primeros en aprovechar comercialmente la expansión de una conciencia ecologista son las industrias de aquellos países que ya tuvieron su propia "revolución verde", léase los escandinavos, la ex Alemania occidental y Gran Bretaña. La Henkel, en este caso, ya estaba instalada en el mercado alemán desde 1986 y no era la primera vez que ponía los ojos en sus vecinos franceses. El aumento de votos para los partidos verdes, aunque no parezca un sondeo de consumo tradicional, suele dar la señal de campo fértil; he allí el personaje central de esta nueva revuelta: el ecoconsumidor.

La especie está en pleno proceso de proliferación, como se dijo, en Europa. Pero también en los Estados Unidos. Según una encuesta de la Cambridge Research, citada por la revista *El Publicitario* en su número de mayo pasado, el tema ecológico que en 1982 interesaba como prioridad tan sólo al 2 por ciento de los ciudadanos, llegó a inquietar a un 8 por ciento seis años después, para duplicar el registro en los seis meses siguientes. Estricta en sus definiciones, esta encuesta calificaba de "consumidor verde" únicamente a los que, identificándose con el ambientalismo, hubiesen hecho algún aporte a organizaciones de este tipo. Aun así, uno de cada siete norteamericanos se ganaba el apelativo. Para más datos, eran en su mayoría universitarios o profesionales con un ingreso superior a los 50.000 dólares anuales. Como se ve, un factor influyente en cualquier mercado. Claro que para engrosar las filas de esta nueva clientela no se necesita, en realidad, ser militante ecologista ni conservacionista furioso; ni siquiera es preciso saber cómo se come el cloro al ozono. Basta con entrar al supermercado dispuesto a buscar al asesino, para no llevárselo a casa ni por broma. Con este criterio, las cifras se elevan considerablemente. En Gran Bretaña, por ejemplo, estos Sherlock Holmes del medio ambiente llegan al 42 por ciento, mientras que —según la Agencia Nacional para la Recuperación de los Desechos— el 65 por ciento de los franceses se declara dispuesto a boicotear aquellos productos que contribuyen a degradar la vida en el planeta.

De nombres largos y complicados, las sustancias reconocidas por la gente como nocivas generalmente figuran en el envase con letra casi ilegible o precedidas de un NO igualmente confuso. Atentos a esto, a que los supermercados no son bibliotecas y a que el tiempo para ponerse a leer no le sobra a nadie, los fabricantes de productos ecológicamente aceptables decidieron identificarlos con un "logotipo verde" que debe ser autorizado, en cada país, por el respectivo organismo oficial. Porque en esto la trampa es fácil: desde el groserísimo truco de vender agua mineral en botellas de un plástico supuestamente degradable (cosa que la ciencia todavía no pudo conseguir) hasta las guerras interlaboratorios. Cuenta el semanario francés *Le Point* que la Henkel del blanqueador sin fosfatos y Rhone-Poulenc —primer productor europeo de los mentados fosfatos— se pasaron más de un año batallando con afirmaciones científicas contradictorias.

Lo cierto es que entre los productos constatados, como los 3000 que en Alemania ostentan el "Angel azul" y aquellos a la espera, la variedad es grande e insospechada. Hay papel —para bolsas, sobres, cartas, higiénicos, etc.— fabricados a partir de papel reciclado; hay pilas sin mercurio, bolsitas de lona, pañales para bebés desinfectados sin cloro, cortadoras de césped silenciosas, pinturas poco contaminantes y así hasta llenar las góndolas. Pero todo parece indicar que la ecología bien entendida comienza por casa, tanto que los mayores esfuerzos y los mejores resultados se encuentran en los productos para el hogar. Biodegradables, sin fosfatos y con un mínimo



de perfumes y colorantes, los de la línea Rainett, por ejemplo, lograron su lugar en uno de cada tres supermercados franceses apenas seis meses después de la primera avanzada. El secreto para la competencia entre los propios verdes es, paradójicamente, acercarse lo más posible a los que no lo son; más claro, la misma eficacia, la misma facilidad de uso y el mismo precio que los productos clásicos. Belgas y holandeses son quienes más avanzaron en esta línea. Ya no discuten el tema de los fosfatos en los blanqueadores, sino que se están dedicando a reemplazar sus principios activos derivados de la petroquímica por aquellos a base de hulla vegetal, con garantía de biodegradabilidad en un período de 3 a 5 días y que, además, se vende en envases de cartón reciclado. Y limpia, nomás.

VERDE: COLOR DOLAR

Algunas fuertes multinacionales temen que esta ola pronto pueda devenir maremoto. Quien compra un aerosol y no otro, porque no tiene CFCs, puede al día siguiente preocuparse por el efecto de otros productos de la misma fábrica o preguntarse qué hace con su basura tóxica, o si sus emanaciones serán contaminantes para la atmósfera, o si alguna de sus subsidiarias se beneficia con las "queimadas" en el Amazonas. Y muchas encontraron la forma de beneficiarse con la ecología, sea por

MEDIO AMBIENTE DE BOLSILLO

Aunque en la Argentina existen algunos antecedentes de empresas que combinaron el desarrollo de su política comercial y de producción con la preservación del medio ambiente, aquel empujón de Ayudín con su biodegradable no provocó avalancha. El principal escollo en estas tierras para la generalización de una "conciencia verde" entre empresarios y consumidores parece provenir de las limitaciones económicas. Hoy y aquí, ningún argumento de venta resistiría un alza sustancial en el precio del producto.

A diferencia de lo que viene ocurriendo principalmente en Europa, en la Argentina es posible constatar, incluso, cierta regresión en materia ecológica. El caso de la leche es elocuente: descartada la vieja botella de vidrio verde, la modernización local trasladó el alimento pasteurizado a un sachet de plástico, material que en el hemisferio norte ya dejó de utilizarse por su imposibilidad para deshacerse de él. La opción del envase de cartón —punto intermedio entre lo barato y lo contaminante— no dio los frutos esperados porque elevaba el precio del producto en las góndolas, convirtiendo a ciertas marcas en poco competitivas.

"Mientras la Argentina siga atravesando por esta situación económica, la única forma de lograr avances en el cuidado del ambiente será que los industriales lleguen a un acuerdo respecto del packagging, por ejemplo —opinó Edgardo Ritacco, director de *El Publicitario*— aunque algunos elementos muy nocivos ecológicamente deberían quedar fuera de la competencia, como hicieron los norteamericanos con las bolsitas de plástico, reemplazadas por unas de papel madera en todos los negocios, desde uno de comidas rápidas en un barrio popular, hasta una gran tienda de la Quinta Avenida."

PLASTICO QUE ME HICISTE MAL

(Por A.B.) Ni bolsitas ni botellas ni nada. Estados Unidos está de vuelta de la "era del plástico" y no es por moda sino por necesidad. Resulta que lo presuntamente descartable nunca se descarta del todo: esto es, que los plásticos no son degradables. Si se los entierra terminan contaminando las napas de agua y allí donde se los ponga permanecen por los siglos de los siglos. Si se los incinera es mucho peor, porque se generan sustancias más tóxicas que el plástico original. Pero si el regreso al envase de vidrio o la vieja canasta de mimbre reduce considerablemente la producción de polietileno y polipropileno, todavía queda por ver cómo se desplaza el liderazgo del hasta ahora irreemplazable cloruro de polivinilo, vulgarmente PVC.

El más popular de los plásticos duros se usa en tuberías, envases descartables, juguetes, equipamientos de oficina y otros fines igualmente diversos. Pero en este caso, a la no biodegradabilidad se le suma un alto grado de toxicidad en el propio proceso de producción: la materia prima (el cloruro de vinilo) es probadamente cancerígena. A la cabeza de las decisiones pro-ecológicas, un buen número de países europeos está considerando la prohibición para el uso no indispensable de PVC. Según informa *Pollution Prevention News* —la revista de la EPA, Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos—, Dinamarca, Suiza y Luxemburgo ya le dieron el veto, mientras una comisión parlamentaria austríaca "recomienda" no usar PVC al menos en envases y juguetes y los suecos lograron un acuerdo entre el gobierno y la industria para llegar a una muy escandinava "prohibición voluntaria" de su utilización doméstica.

LA LEY DEL VERDE MERCADO

Por Adriana Bruno

"El único detergente biodegradable", anunciaba hace algunos años la publicidad de un producto que apostó —quizá demasiado en vanguardia— a una revolución finalmente nunca producida en la Argentina, pero que está conmoviendo los mercados del lado norte del mundo.

Algunas empresas decidieron que un planeta limpio también puede ser negocio y ofrecen el resultado de sus desvelos a una cantidad creciente de consumidores decididos a premiarlas con su compra mientras realizan la buena acción ecológica del día. Así, en una suerte de dilema del huevo o la gallina, la protección del medio ambiente pasó a ser, en lo que va del año, el principal argumento de venta de una buena cantidad de los más variados productos, desde pilas hasta pañales. Pero el "consumidor verde" no se detiene ahí y amenaza con dejar de favorecer a aquellas industrias que, quizás a través de otros productos o del propio funcionamiento de sus plantas, identifique como contaminantes.

Tanto a las agencias de publicidad como a las oficinas gubernamentales encargadas de controlar la lealtad comercial, les está resultando difícil mantenerse de pie sobre esta ola verde. "Los observadores y analistas de mercado se frotan los ojos porque no lo pueden creer: el repentino 'enverdecimiento' de Europa los dejó a todos pasmados", señalaba hace poco un editorial de *The New York Times*. Y no parece tratarse de una moda ni de una irrupción generacional. Más bien —señalan los expertos—, la protección al mundo en que se vive podría ser vista como un factor de unión, quizá el único en ciertos casos. Una suerte de rebeldía antistablishment que, en lugar de terminar absorbida por el mercado de consumo, se aprovecha de él. O, como prefiere un brillante ecologista soviético: "Casi la única guerra que todavía vale la pena luchar".

¿ES USTED EL ASESINO?

A esta altura del siglo, cualquier europeo más o menos informado se enteró, aunque sea vagamente, de que los CFCs (clorofluorocarbonos) de los aerosoles destruyen la capa de ozono, al plástico no hay forma de degradarlo, los fosfatos contaminan las costas fluviales y marítimas, los combustibles fósiles aumentan el efecto invernadero y un par de cosas más. No hizo falta mucho, entonces, para que decenas de miles de franceses le aseguraran un éxito fulminante (5 por ciento de un mercado hipercompetitivo en apenas un par de meses) al *Chat Machine* anunciado, en enero de 1989 y en la primera publicidad ambientalista de Francia, como un blanqueador para la ropa "sin fosfatos". El producto, sin embargo, no era nacional. Lo proponía la empresa alemana Henkel en una operación de marketing que pronto se demostró habitual: los primeros en aprovechar comercialmente la expansión de una conciencia ecologista son las industrias de aquellos países que ya tuvieron su propia "revolución verde", léase los escandinavos, la ex Alemania occidental y Gran Bretaña. La Henkel, en este caso, ya estaba instalada en el mercado alemán desde 1986 y no era la primera vez que ponía los ojos en sus vecinos franceses. El aumento de votos para los partidos verdes, aunque no parezca un sondeo de consumo tradicional, suele dar la señal de campo fértil; he allí el personaje central de esta nueva revuelta: el ecoconsumidor.

La especie está en pleno proceso de proliferación, como se dijo, en Europa. Pero también en los Estados Unidos. Según una encuesta de la Cambridge Research, citada por la revista *El Publicitario* en su número de mayo pasado, el tema ecológico que en 1982 interesaba como prioridad tan sólo al 2 por ciento de los ciudadanos, llegó a inquietar a un 8 por ciento seis años después, para duplicar el registro en los seis meses siguientes. Estricta en sus definiciones, esta encuesta calificaba de "consumidor verde" únicamente a los que, identificándose con el ambientalismo, hubiesen hecho algún aporte a organizaciones de este tipo. Aun así, uno de cada siete norteamericanos se ganaba el apelativo. Para más datos, eran en su mayoría universitarios o profesionales con un ingreso superior a los 50.000 dólares anuales. Como se ve, un factor influyente en cualquier mercado. Claro que para engrosar las filas de esta nueva clientela no se necesita, en realidad, ser militante ecologista ni conservacionista furioso; ni siquiera es preciso saber cómo se come el cloro al ozono. Basta con entrar al supermercado dispuesto a buscar al asesino, para no llevárselo a casa ni por broma. Con este criterio, las cifras se elevan considerablemente. En Gran Bretaña, por ejemplo, estos Sherlock Holmes del medio ambiente llegan al 42 por ciento, mientras que —según la Agencia Nacional para la Recuperación de los Desechos— el 65 por ciento de los franceses se declara dispuesto a boicotear aquellos productos que contribuyen a degradar la vida en el planeta.

De nombres largos y complicados, las sustancias reconocidas por la gente como nocivas generalmente figuran en el envase con letra casi ilegible o precedidas de un NO igualmente confuso. Atentos a esto, a que los supermercados no son bibliotecas y a que el tiempo para ponerse a leer no le sobra a nadie, los fabricantes de productos ecológicamente aceptables decidieron identificarlos con un "logotipo verde" que debe ser autorizado, en cada país, por el respectivo organismo oficial. Porque en esto la trampa es fácil: desde el groserísimo truco de vender agua mineral en botellas de un plástico supuestamente degradable (cosa que la ciencia todavía no pudo conseguir) hasta las guerras interlaboratorios. Cuenta el semanario francés *Le Point* que la Henkel del blanqueador sin fosfatos y Rhone-Poulenc —primer productor europeo de los mentados fosfatos— se pasaron más de un año batallando con afirmaciones científicas contradictorias.

Lo cierto es que entre los productos constatados, como los 3000 que en Alemania ostentan el "Angel azul" y aquellos a la espera, la variedad es grande e insospechada. Hay papel —para bolsas, sobres, cartas, higiénicos, etc.— fabricados a partir de papel reciclado; hay pilas sin mercurio, bolsitas de lona, pañales para bebés desinfectados sin cloro, cortadoras de césped silenciosas, pinturas poco contaminantes y así hasta llenar las góndolas. Pero todo parece indicar que la ecología bien entendida comienza por casa, tanto que los mayores esfuerzos y los mejores resultados se encuentran en los productos para el hogar. Biodegradables, sin fosfatos y con un mínimo de perfumes y colorantes, los de la línea Rainett, por ejemplo, lograron su lugar en uno de cada tres supermercados franceses apenas seis meses después de la primera avanzada. El secreto para la competencia entre los propios verdes es, paradójicamente, acercarse lo más posible a los que no lo son; más claro, la misma eficacia, la misma facilidad de uso y el mismo precio que los productos clásicos. Belgas y holandeses son quienes más avanzaron en esta línea. Ya no discuten el tema de los fosfatos en los blanqueadores, sino que se están dedicando a reemplazar sus principios activos derivados de la petroquímica por aquellos a base de hulla vegetal, con garantía de biodegradabilidad en un período de 3 a 5 días y que, además, se vende en envases de cartón reciclado. Y limpia, nomás.

VERDE: COLOR DOLAR

Algunas fuertes multinacionales temen que esta ola pronto pueda devenir maremoto. Quien compra un aerosol y no otro, porque no tiene CFCs, puede al día siguiente preocuparse por el efecto de otros productos de la misma fábrica o preguntarse qué hace con su basura tóxica, o si sus emanaciones serán contaminantes para la atmósfera, o si alguna de sus subsidiarias se beneficia con las "queimadas" en el Amazonas. Y muchas encontraron la forma de beneficiarse con la ecología, sea por convicción o por aquello de unirse al enemigo.

Grandes consorcios, incluso con fuerte participación estatal, desarrollan, promocionan y exportan su tecnología para el ambiente: desde complicados sistemas para detectar la contaminación hasta imágenes satelitales para el relevamiento de incendios forestales o métodos agrícolas de bajo contenido químico. Es que, ciertamente, una buena imagen verde no se limita a extender cheques a nombre de la World Wildlife Fundation o alguna de sus parientes. Y, en el fondo, son varias las compañías que prefieren adelantarse y hacerles la corte a los consumidores, antes que pagar las multas por daño ecológico que muchos gobiernos vuelven cada vez más severas.

La firma Du Pont, por caso, espera recortar en un 70 por ciento, en los próximos dos años, la cantidad de residuos peligrosos producidos por sus fábricas. Así lo informó hace unos meses la revista norteamericana *The Economist*, anotando también que Monsanto decidió reducir sus emisiones atmosféricas de químicos nocivos en un 90 por ciento para 1992. Las legislaciones avanzadas exigirán muy pronto a la industria plástica que se haga responsable del destino final de sus productos que, se repite, no son degradables. He aquí, entonces, que la Du Pont salió al toro anunciando un esquema para reciclar plásticos, mientras la británica Alcan Aluminium pretende construir la primera planta europea para el reciclaje de latas de aluminio. Previsión no es lo que les falta. Cuando, en 1992, todos los mercados europeos estén integrados y cualquier producto de un país pueda circular libremente en el resto, los precursores del ambientalismo no podrán impedir, por ejemplo, la importación de botellas plásticas. ¿Habrá llegado la hora de pedir a cambio una protección especial para los más limpitos?

MEDIO AMBIENTE DE BOLSILLO

Aunque en la Argentina existen algunos antecedentes de empresas que combinaron el desarrollo de su política comercial y de producción con la preservación del medio ambiente, aquel empujón de Ayudín con su biodegradable no provocó avalancha. El principal escollo en estas tierras para la generalización de una "conciencia verde" entre empresarios y consumidores parece provenir de las limitaciones económicas. Hoy y aquí, ningún argumento de venta resistiría un alza sustancial en el precio del producto.

A diferencia de lo que viene ocurriendo principalmente en Europa, en la Argentina es posible constatar, incluso, cierta regresión en materia ecológica. El caso de la leche es elocuente: descartada la vieja botella de vidrio verde, la modernización local trasladó el alimento pasteurizado a un sachet de plástico, material que en el hemisferio norte ya dejó de utilizarse por su imposibilidad para deshacerse de él. La opción del envase de cartón —punto intermedio entre lo barato y lo contaminante— no dio los frutos esperados porque elevaba el precio del producto en las góndolas, convirtiendo a ciertas marcas en poco competitivas.

"Mientras la Argentina siga atravesando por esta situación económica, la única forma de lograr avances en el cuidado del ambiente será que los industriales lleguen a un acuerdo respecto del packagging, por ejemplo —opinó Edgardo Ritacco, director de *El Publicitario*— aunque algunos elementos muy nocivos ecológicamente deberían quedar fuera de la competencia, como hicieron los norteamericanos con las bolsitas de plástico, reemplazadas por unas de papel madera en todos los negocios, desde uno de comidas rápidas en un barrio popular, hasta una gran tienda de la Quinta Avenida."



(Por A.B.) Ni bolsitas ni botellas ni nada. Estados Unidos está de vuelta de la "era del plástico" y no es por moda sino por necesidad. Resulta que lo presuntamente descartable nunca se descarta del todo: esto es, que los plásticos no son degradables. Si se los entierra terminan contaminando las napas de agua y allí donde se los ponga permanecen por los siglos de los siglos. Si se los incinera es mucho peor, porque se generan sustancias más tóxicas que el plástico original. Pero si el regreso al envase de vidrio o la vieja canasta de mimbre reduce considerablemente la producción de polietileno y polipropileno, todavía queda por ver cómo se desplaza el liderazgo del hasta ahora irreemplazable cloruro de polivinilo, vulgarmente PVC.

El más popular de los plásticos duros se usa en tuberías, envases descartables, juguetes, equipamientos de oficina y otros fines igualmente diversos. Pero en este caso, a la no biodegradabilidad se le suma un alto grado de toxicidad en el propio proceso de producción: la materia prima (el cloruro de vinilo) es probadamente cancerígena. A la cabeza de las decisiones pro-ecológicas, un buen número de países europeos está considerando la prohibición para el uso no indispensable de PVC. Según informa *Pollution Prevention News* —la revista de la EPA, Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos—, Dinamarca, Suiza y Luxemburgo ya le dieron el veto, mientras una comisión parlamentaria austríaca "recomienda" no usar PVC al menos en envases y juguetes y los suecos lograron un acuerdo entre el gobierno y la industria para llegar a una muy escandinava "prohibición voluntaria" de su utilización doméstica.

PROYECTO
PARA ACHICAR EL IMPACTO

Un proyecto presentado en la Cámara baja bonaerense establece una "Política Provincial de Evaluación del Impacto Ambiental", basada en el control en la ejecución de obras o acciones públicas o privadas que, por cualquier motivo, son causa —o pueden serlo— de sensibles alteraciones negativas del medio ambiente.

La iniciativa, elaborada por el presidente de la Comisión de Ecología y Medio Ambiente, Serafín Ciappesoni (UCR), se basa en que "el daño ecológico perjudica la vida, la salud, la integridad psicofísica y el patrimonio de aquellos seres humanos que por una u otra razón quedan expuestos a la contaminación o sufren un deterioro de su ambiente".

La norma determina que "los organismos y sociedades del Estado nacional o provinciales, los autárquicos, las representaciones argentinas en entes bi o multinacionales y las personas físicas y jurídicas responsables de proyectos, construcción o funcionamiento de obras o acciones que se encuadren en esta ley, estarán obligadas a presentar una declaración evaluativa del impacto ambiental".

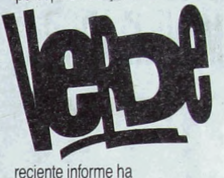
Asimismo, el legislador puntualiza que "los trabajos o actividades que degraden el ambiente, aunque no en forma irreversible y que también se consideren necesarios por sus beneficios socioeconómicos, sólo podrán ser autorizados si se establecen garantías, normas y procedimientos para la oportuna corrección compensatoria".

La ley califica como "actividades susceptibles de degradar el ambiente" a la generación de energía eléctrica por uso hidráulico, combustibles fósiles y de energía nuclear; al manejo de aguas servidas urbanas y suburbanas, residuos industriales sólidos, líquidos o gaseosos, residuos domiciliarios y radiactivos; al emplazamiento de parques industriales; a la exploración o explotación de hidrocarburos; a la construcción de gasoductos y oleoductos, embalses, acueductos, estaciones de maniobra y terminales, puertos y aeropuertos.

Tras consignar que "todo habitante de la provincia tiene el derecho a velar por la preservación ambiental y denunciar ante la Justicia toda alteración," el diputado Ciappesoni incluyó una solicitud especial al Poder Ejecutivo para que dentro de los 90 días sea promulgada la ley y antes de transcurridos 180, se ponga a disposición de los interesados un texto denominado Guía Metodológica.

EL CAIRO
CIUDAD DE SORDOS COMO MOMIAS

Junto a la imagen de las pirámides y a la inevitable sensación de suciedad, el visitante de El Cairo se lleva consigo la impresión de una ciudad caótica, donde todo el mundo grita. No se trata de una percepción subjetiva. Un



reciente informe ha confirmado que el nivel de ruido supera hasta 10 veces el límite señalado como dañino. El estudio, elaborado por el Centro Nacional de Investigaciones por encargo del gobierno egipcio, responsabiliza a la contaminación ambiental de un descenso del 14 por ciento en la capacidad productiva de los afectados. Además, los expertos señalan un nexo causal entre el alto índice de hipertensos (un 33 por ciento de la población de El Cairo) y el elevado ruido de la ciudad. Sólo tal situación puede explicar que el 62 por ciento de los cairotas tenga que recurrir a calmantes y somníferos debido al ruido. El informe apunta hacia la caótica configuración de la ciudad y las peculiares características de su circulación como principales responsables de la alarmante situación actual. Un millón de vehículos, la mayoría de los cuales no pasaría la menos exigente de las inspecciones técnicas, atasca cada día el corazón de El Cairo, con una conducción en la que la bocina sustituye a cualquiera de los otros indicadores.

convicción o por aquello de unirse al enemigo.

Grandes consorcios, incluso con fuerte participación estatal, desarrollan, promocionan y exportan su tecnología para el ambiente: desde complicados sistemas para detectar la contaminación hasta imágenes satelitales para el relevamiento de incendios forestales o métodos agrícolas de bajo contenido químico. Es que, ciertamente, una buena imagen verde no se limita a extender cheques a nombre de la World Wildlife Fundation o alguna de sus parientes. Y, en el fondo, son varias las compañías que prefieren adelantarse y hacerles la corte a los consumidores, antes que pagar las multas por daño ecológico que muchos gobiernos vuelven cada vez más severas.

La firma Du Pont, por caso, espera recortar en un 70 por ciento, en los próximos dos años, la cantidad de residuos peligrosos producidos por sus fábricas. Así lo informó hace unos meses la revista norteamericana *The Economist*, anotando también que Monsanto decidió reducir sus emisiones atmosféricas de químicos nocivos en un 90 por ciento para 1992. Las legislaciones avanzadas exigirán muy pronto a la industria plástica que se haga responsable del destino final de sus productos que, se repite, no son degradables. He aquí, entonces, que la Du Pont salió al toro anunciando un esquema para reciclar plásticos, mientras la británica Alcan Aluminium pretende construir la primera planta europea para el reciclaje de latas de aluminio. Previsión no es lo que les falta. Cuando, en 1992, todos los mercados europeos estén integrados y cualquier producto de un país pueda circular libremente en el resto, los precursores del ambientalismo no podrán impedir, por ejemplo, la importación de botellas plásticas. ¿Habrá llegado la hora de pedir a cambio una protección especial para los más limpitos?

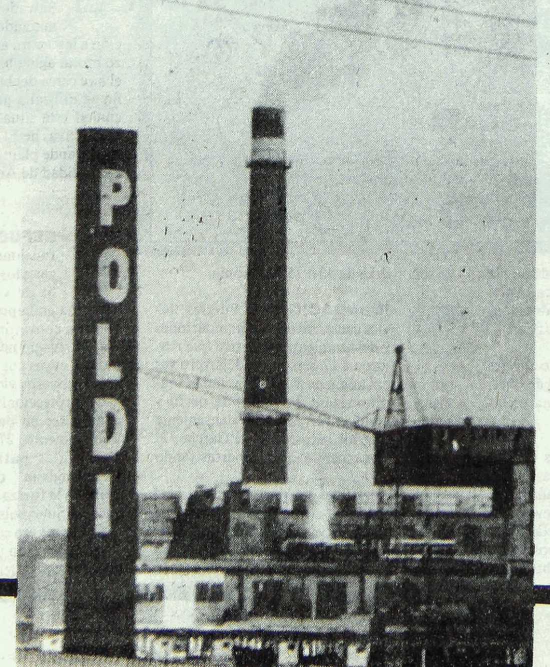
PROYECTO

PARA ACHICAR EL IMPACTO

Un proyecto presentado en la Cámara baja bonaerense establece una "Política Provincial de Evaluación del Impacto Ambiental", basada en el control en la ejecución de obras o acciones públicas o privadas que, por cualquier motivo, son causa —o pueden serlo— de sensibles alteraciones negativas del medio ambiente.

La iniciativa, elaborada por el presidente de la Comisión de Ecología y Medio Ambiente, Serafín Ciappesoni (UCR), se basa en que "el daño ecológico perjudica la vida, la salud, la integridad psicofísica y el patrimonio de aquellos seres humanos que por una u otra razón quedan expuestos a la contaminación o sufren un deterioro de su ambiente".

La norma determina que "los organismos y sociedades del Estado nacional o provinciales, los autárquicos, las representaciones argentinas en entes bi o multinacionales y las personas físicas y jurídicas responsables de proyectos, construcción o funcionamiento de obras o acciones que se encuadren en esta ley, estarán obligadas a presentar una declaración evaluativa del impacto ambiental".



Asimismo, el legislador puntualiza que "los trabajos o actividades que degraden el ambiente, aunque no en forma irreversible y que también se consideren necesarios por sus beneficios socioeconómicos, sólo podrán ser autorizados si se establecen garantías, normas y procedimientos para la oportuna corrección compensatoria".

La ley califica como "actividades susceptibles de degradar el ambiente" a la generación de energía eléctrica por uso hidráulico, combustibles fósiles y de energía nuclear; al manejo de aguas servidas urbanas y suburbanas, residuos industriales sólidos, líquidos o gaseosos, residuos domiciliarios y radiactivos; al emplazamiento de parques industriales; a la exploración o explotación de hidrocarburos; a la construcción de gasoductos y oleoductos, embalses, acueductos, estaciones de maniobra y terminales, puertos y aeropuertos.

Tras consignar que "todo habitante de la provincia tiene el derecho a velar por la preservación ambiental y denunciar ante la Justicia toda alteración," el diputado Ciappesoni incluyó una solicitud especial al Poder Ejecutivo para que dentro de los 90 días sea promulgada la ley y antes de transcurridos 180, se ponga a disposición de los interesados un texto denominado Guía Metodológica.

EL CAIRO

CIUDAD DE SORDOS COMO MOMIAS

Junto a la imagen de las pirámides y a la inevitable sensación de suciedad, el visitante de El Cairo se lleva consigo la impresión de una ciudad caótica, donde todo el mundo grita. No se trata de una percepción subjetiva. Un



reciente informe ha confirmado que el nivel de ruido supera hasta 10 veces el límite señalado como dañino. El estudio, elaborado por el Centro Nacional de Investigaciones por encargo del gobierno egipcio, responsabiliza a la contaminación ambiental de un descenso del 14 por ciento en la capacidad productiva de los afectados. Además, los expertos señalan un nexo causal entre el alto índice de hipertensos (un 33 por ciento de la población de El Cairo) y el elevado ruido de la ciudad. Sólo tal situación puede explicar que el 62 por ciento de los cairotas tenga que recurrir a calmantes y somníferos debido al ruido. El informe apunta hacia la caótica configuración de la ciudad y las peculiares características de su circulación como principales responsables de la alarmante situación actual. Un millón de vehículos, la mayoría de los cuales no pasaría la menos exigente de las inspecciones técnicas, atasca cada día el corazón de El Cairo, con una conducción en la que la bocina sustituye a cualquiera de los otros indicadores.

ECOLOGIA Y DESARROLLO

UN DESAFIO MOVILIZADOR

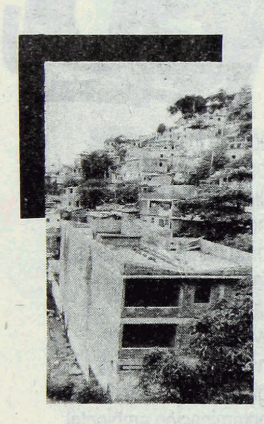
POR PABLO BERGEL

Para buena parte, o la gran mayoría de la opinión pública, en países como Brasil o la Argentina, la cuestión ecológica aparece como un tema de países y gente rica, de elites. Algo así como "no me tiren cigarrillos en el jardín y no me corten las plantitas".

—Creo que el problema ecológico tiene una vocación democrática y no elitista como inicialmente se imagina; es decir, que atañe al conjunto de la población. La cuestión ecológica tiene dos dimensiones: a corto plazo tiene que ver con la calidad de vida, y a largo plazo con la subsistencia del planeta. Estos dos aspectos no están disociados, uno conduce al otro. Pero mientras la cuestión de largo plazo (la subsistencia del planeta) alcanza a todos por igual, inclusive a las elites, la cuestión de corto plazo tiene un impacto diferencial según los sectores sociales y también según las regiones del mundo. Son las grandes masas desposeídas las que están más expuestas a la degradación de las condiciones de la vida cotidiana, y al mismo tiempo son las que tienen menos posibilidades de eludir o compensar ese impacto negativo. En un mundo y en una sociedad desiguales e injustos, la distribución del deterioro ecológico también es desigual e injusta.

—Muchas veces también se presenta la cuestión ecológica como enfrentada con las necesidades del desarrollo económico y el progreso.

—El crecimiento y la calidad de vida no están contrapuestos. Es un chantaje presentarlos de ese modo: si se quiere industrias, empleo, producción, entonces hay que hacerse los distraídos respecto de la cuestión ecológica. Eso es un chantaje muy frecuente en todo el mundo y que a veces dificulta la relación entre el movimiento de trabajadores y el movimiento ecológico; sobre todo en situaciones de recesión y desempleo. A veces, algunos sectores sindicales y de la propia izquierda introyectan este tipo de argumento. Sin embargo observamos aquí en Brasil, que buena parte del movimiento sindical ha logrado escapar de este dilema, de ese chantaje, a través de la siguiente idea: no necesariamente la actividad productiva más dañina y peligrosa ecológicamente es la que promueve más empleos; por el contrario, ellas tienden a producir pocos empleos, a ser poco intensivas en mano de obra. Por ejemplo, todo el complejo de producción de aluminio crea solamente 700 empleos. En el caso del desmatamiento de la selva amazónica, destruyendo bosques de siringales para introducir ganadería o agricultura extensiva, a la vez que se produce un daño ecológico irreparable se disminuyen las oportunidades de empleo y se genera éxodo rural. La deforestación no crea medios de producción sino que los destruye, y destruye todo el ecosistema amazónico. Ese caso es muy claro, y por eso la resistencia allí es más fuerte.



—El ecologismo tiene aún una imagen predominantemente defensiva, contestataria y de resistencia a la destrucción del medio ambiente. Pero no se lo vislumbra o percibe como una propuesta global alternativa; a lo sumo, trascienden propuestas o actitudes para casos puntuales de polución o deterioro ambiental, o inclusive propuestas de pequeña escala y de carácter experimental, que no alcanzan a instalarse ante la conciencia pública como una cultura y un modelo de vida alternativo a la cultura depredadora.

—La gran amplitud y dispersión de los temas involucrados también dificulta su aprehensión por las grandes masas. Y sobre todo la gran novedad de esta temática; hace menos de veinte años que esta discusión adquiere relevancia internacional. Pero ya a partir del '72, comenzando en Inglaterra, surgen intentos de dar respuestas globales alternativas en varios países europeos, hasta que se da un salto cualitativo, en los años '80, con la creación de los partidos verdes. La constitución de los movimientos ecológicos en partidos verdes, y la consiguiente necesidad de presentar un programa global a la sociedad, obligó a sintetizar las experiencias y propuestas hasta entonces dispersas; en Alemania, en Inglaterra, inclusive en Brasil, se preparan programas globales alternativos. Toda esta actividad produjo otra consecuencia tanto o más importante aún: los otros partidos se sintieron desafiados por estos proyectos; partidos de mayor penetración, partidos de masas, especialmente socialdemócratas (pero también los democratacristianos), que dieron la posibilidad de ampliar y expandir esta problemática a sectores más amplios de la sociedad. En el caso de Brasil está el ejemplo del Partido dos Trabalhadores, el PT; hoy en día la cuestión ecológica es tan central en el programa y la política general del PT, que muchos consideran innecesaria la subsistencia de un Partido Verde en Brasil, porque el PT ya englobó todas las cuestiones centrales y amplió el movimiento apoyando una base social muy amplia. Yo estoy en duda, porque creo que la presencia de un Partido Verde funciona como desafiadora y movilizadora de los otros partidos. Quizás el mayor triunfo de los partidos verdes, más que la conquista de cuotas propias de poder, ha estado en "verdear" a los otros partidos y al conjunto de la opinión pública.

—Esto empujó al ecologismo a determinarse democráticamente.

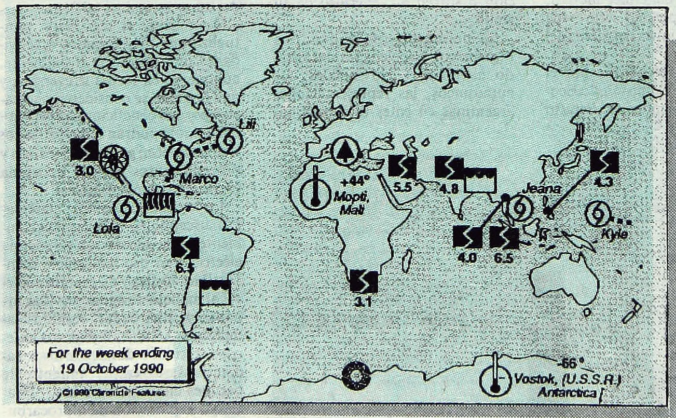
José Augusto Padua es historiador y politicólogo y desde 1975 se volcó a una militancia teórica y práctica en el tema ecológico. Es autor de dos libros: "Qué es ecología" y "Ecología y política en Brasil". Esta conversación fue grabada en el bucólico bosquecillo con arroyo propio que tiene el campus de la Universidad Católica de Río de Janeiro.

—Hay una dificultad teórica importante en relación con esto, y es que las ideas ecologistas son de alguna manera salvacionistas; frente a la crisis de la civilización, la cuestión de la sobrevivencia se coloca como cuestión absoluta. Y generalmente las políticas de sobrevivencia son autoritarias; existe una pequeña corriente de intelectuales verdes que abogan por un neohobbesianismo, por una especie de leviatán ecológico. Pero la tendencia mayoritaria del pensamiento ecologista ha sido en la dirección de radicalizar la democracia; la solución del problema pasa no por menos sino por más democracia; por la mayor descentralización de la sociedad, la mayor regionalización de la producción, por la autogestión y el aumento de la participación ciudadana en la cuestión social. A nivel de América latina, el énfasis de este nuevo pensamiento debe centrarse en formular un nuevo modelo de desarrollo.

—Cómo hacer que ese modelo de desarrollo sea competitivo, en términos no sólo de eficacia y eficiencia, sino de capacidad de seducción respecto de los modelos neoliberales?

—Lo que alimenta el discurso liberal es la posibilidad del crecimiento ilimitado para todos los países en función de sus ventajas comparativas. Por eso el desafío es enorme: debemos pasar, como dice Paulo Freire, de la denuncia al anuncio, o sea, de la crítica y resistencia al proyecto y la construcción alternativa. El esfuerzo es inmenso porque requiere la acumulación de recursos de todo tipo, pero principalmente dos: tecnológicos, es decir, tecnologías apropiadas y eficaces para producir, y culturales, para cambiar los patrones de consumo y de relación con la naturaleza y con los hombres. La paradoja de este final de siglo es que se producen simultáneamente una explosión de consumismo y una explosión de ecologismo. El ecologismo está penetrando asombrosamente en el imaginario colectivo; es el único movimiento en las sociedades del primer mundo que coloca de una manera relevante, es decir, tocando corazones y mentes, la necesidad de reducir el consumo nocivo.

DIARIO DEL PLANETA



TERREMOTOS. Tres mineros sudafricanos resultaron muertos y dos con graves heridas cuando un temblor sacudió el pozo donde estaban trabajando a 3000 metros bajo tierra. El accidente ocurrió en una mina de la Corporación Angloamericana cerca de Charletonville, que es una de las más profundas.

Los residentes de la costa de Tailandia fueron alertados para que tuvieran cuidado con las marejadas provocadas por un fuerte terremoto bajo el Océano Indico. Nada sucedió. El día anterior, un temblor moderado provocó el pánico entre los habitantes de las villas que abandonaron sus hogares en el norte de Tailandia. También se sintieron movimientos sísmicos en el oeste de Nepal, en el centro de Filipinas, en la selva peruana, en el sudeste de Irán y en el centro de California.



AGUJERO DE OZONO. El agujero de ozono que se forma cada invierno del hemisferio sur sobre el Antártico parece haber sido este año más extenso que nunca, a pesar de las esperanzas de que pueda achicarse. Las medidas de luz ultravioleta utilizadas para estimar el fenómeno desde 1987 indicaban que la cantidad de pérdida de ozono sobre la Antártida en agosto fue la mayor que se haya jamás registrado. "Lo que esto significa es que el agujero de ozono no desaparece", dijo Paul Newman, un científico del Goddard Space Flight Center en Greenbelt, Maryland. "Lo sorprendente del aumento de este año es que se esperaba que la situación meteorológica redujera el efecto de las pérdidas".



TORMENTAS TROPICALES. La tormenta tropical Lili y los remanentes de la tormenta tropical Marjo se unieron para provocar lluvias de más de un mes en menos de un día en partes del sur de Nueva Inglaterra. Anteriormente Marco Había causado abundantes inundaciones en Georgia y las dos Carolinas.

La tormenta tropical Jeana trajo fuertes vientos y lluvias a la costa central de Vietnam. Las tormentas Lola y Kyle agitaron las aguas del Océano Pacífico.



PRUEBAS. Los Estados Unidos llearon a cabo su séptima prueba nuclear subterránea del año en el Sitio de Pruebas de Nevada el 12 de octubre. La explosión, detectada por sismólogos desde puntos tan lejanos como Suecia, registró 5,7 de la escala Richter y tuvo una fuerza de 40 a 150 kilotones.



INUNDACIONES. Fuertes lluvias causaron súbitas inundaciones y deslizamientos de tierra que mataron a 17 personas y dejaron a varios miles sin hogar en el sur de la ciudad brasileña de Blumenau. Torrentes de barro y agua corrieron a través de los densamente poblados barrios industriales de García y el Progreso, arrancando árboles y arrastrando vehículos.

Las inundaciones del último monzón en el nordeste de India afectaron a más de un millón y medio de personas. Los informes de la prensa de estado de Assam dijeron que 2670 pueblos estaban inundados.

VOLCAN. Roca derretida que erupcionaba del volcán Kilauea de Hawaii destruyó otra cosa y amenazaba a las restantes en otras tres áreas. La lava erupcionaba por la ladera de una calle desierta de la una vez próspera Jardines de Kalapana, donde sólo cuatro hogares han escapado al fuego del Kilauea.



EXPLOSION GEOTERMAL. Un geiser explotó en el oeste de El Salvador, derribando hogares y matando a 13 personas. La erupción a las 3 a.m. abrió un enorme cráter e hizo brotar agua, barro y piedra 100 metros en el aire cerca del barrio de El Barro. El geiser no se utilizaba para generar calor, pero la ciudad está situada en una de las regiones más activas de El Salvador y es el lugar de la más grande planta geotermal generadora de electricidad de América Central.

REFUGIO DE LA MAFIA. Los funcionarios italianos planea obligar a los miembros de la mafia a salir de sus remotos refugios en la montaña en la punta más sudeste del país y volver a convertirlos en lo que podría ser el mayor parque nacional de Europa. Aspromonte, cuyas cuevas son usadas ahora para los prisioneros víctimas del "fraude organizado proteccionista" de la mafia, podría convertirse en pacífico lugar de descanso. Teóricamente, 27.000 guardias de bosques nacionales patrullan el área, pero el "Nolrangheta" o la rama calabresa de la mafia es la fuerza que la controla y apaga los fuegos. Su expulsión de la selva significaría el fin de una era en la que la eficiencia del crimen organizado preservó a la naturaleza de la destrucción del hombre.